

Articolazione didattica del Corso ITS biennio 2023-2025
"Tecnico Superiore della Valorizzazione del Patrimonio enogastronomico"
(Acronimo: VA.P.E. BA)

AREA:	ORE AREA	UNITA' FORMATIVA:	ORE	CONOSCENZE E COMPETENZE IN USCITA:	Teoria	Pratica	Laboratorio/ Visita didattica	Stage	Annualità
TRASVERSALE	125	Accoglienza e Presentazione del Progetto Formativo	5	Conoscenza del Sistema di Qualità della Fondazione ITS Agroalimentare Puglia Conoscenze delle finalità e del programma analitico del progetto formativo		5			1
		Orientamento e Bilancio delle Competenze	20	Saper distinguere le hard e soft skill necessarie per ottimizzare la performance lavorativa Saper individuare i punti di forza del proprio bagaglio di competenze e risorse, gli elementi da potenziare/sviluppare, valutandone la spendibilità e trasferibilità in contesti lavorativi Saper elaborare un progetto di sviluppo professionale congruente e realistico in base al progetto formativo Sviluppare il proprio Progetto Formativo e Bilancio delle competenze Essere consapevoli delle proprie competenze trasversali, attraverso la consapevolezza della conoscenza di sé e dell'atteggiamento mentale con il quale si affrontano le situazioni della vita Acquisire consapevolezza sui propri stili cognitivi Acquisire un metodo generale per la risoluzione dei problemi Essere capace di massimizzare l'uso della propria creatività Saper lavorare in gruppo Saper conoscere e sviluppare i principi alla base del Team Building Gestire i processi comunicativi e relazionali all'interno e all'esterno dell'organizzazione Notare cosa motiva le persone ad agire e cosa invece le blocca, anche in riferimento alla propria spinta motivazionale Saper amalgamare l'insieme dei valori, opinioni, sentimenti, comportamenti per creare un clima positivo	10	10			1
		Comunicazione Interpersonale efficace	25	Imparare cosa vuol dire comunicare efficacemente Conoscere gli assiomi della comunicazione, i tre livelli della comunicazione gli stili di comunicazione Gestire i processi comunicativi e relazionali all'interno e all'esterno dell'organizzazione Comprendere in che modo si comunica con noi stessi e con gli altri per far arrivare il proprio messaggio senza fraintendimenti o incomprensioni Saper individuare e mettere in atto tecniche di ascolto attivo Utilizzare strategie per la gestione dei conflitti e tecniche di negoziazione Coinvolgimento, engagement, saper superare le crisi, migliorare la conoscenza attraverso discussione e confronto Gestire e superare le obiezioni, anche attraverso l'utilizzo della comunicazione persuasiva Conoscere ed attuare le regole del Public Speaking	10	15			1
		Imprenditività e Imprenditorialità	25	Conoscere il concetto di imprenditività e saper lavorare con spirito e competenze imprenditoriali anche in imprese non proprie. Saper individuare le competenze trasversali del lavoratore imprenditivo e consolidare la conoscenza delle proprie competenze e come utilizzarle efficacemente nel ruolo lavorativo Saper organizzare e gestire il tempo, attraverso la conoscenza di cenni di Time Management Conoscere il ruolo e le responsabilità a carico dell'imprenditore, anche in riferimento alla classificazione giuridica dell'impresa Saper riconoscere il significato di mission e vision di un'organizzazione aziendale Conoscere il significato di mansione, compito e funzione e le strutture organizzative, nonché i modelli organizzativi (struttura elementare, funzionale, divisionale, a matrice, orizzontale, ecc.) Conoscere l'evoluzione storica delle teorie organizzative dalla teoria classica di Taylor e neoclassica di Mc Gregor fino al Project Management	15	10			2
		Creazione di impresa	25	Definire un'idea imprenditoriale e saper valutare la sua fattibilità tecnico economica Contestualizzare l'idea nel mercato di riferimento Saper utilizzare strumenti per l'analisi di mercato (domanda e offerta) al fine di stabilire le strategie di marketing più opportune Conoscere la struttura e il contenuto del bilancio di un'impresa e saper effettuare una previsione economica Saper redigere un business plan Conoscere le principali fonti di finanziamento agevolato Conoscere le principali incombenze a carico dell'imprenditori	10	15			2
		Contrattualistica e accompagnamento al lavoro	25	Conoscere le forme contrattuali di lavoro, i diritti e doveri dei lavoratori e delle lavoratrici Conoscere elementi legislativi in materia di pari opportunità, al fine di stimolare comportamenti coerenti con la cultura delle pari opportunità, promuovere la consapevolezza della differenza di genere e la conoscenza dei concetti di discriminazione di genere diretta ed indiretta Ricerare efficacemente le strade giuste per perseguire i propri obiettivi di inserimento nel mondo del lavoro Conoscere i luoghi e gli strumenti più utili ad una ricerca attiva del lavoro, anche quelli innovativi Saper formulare efficacemente una candidatura di lavoro (stesura del CV e della lettera di presentazione) Saper affrontare con successo un colloquio lavorativo	10	15			2
		Inglese	50	Presentare oralmente o in un testo scritto se stessi, l'azienda e i prodotti/servizi che offre Chiedere e fornire informazioni (problemi di qualità, prezzi, tempi di consegna, pagamenti, logistica, ecc.) Scrivere fax, memo ed e-mail Parlare al telefono con un operatore estero Collocare gli avvenimenti nel tempo (parlare al presente/passato/futuro) Riportare un discorso Gestire una trattativa commerciale con operatori commerciali esteri Migliorare le competenze linguistiche di lettura, ascolto e parlato Acquisizione di competenze finalizzata ad ottenere il miglior livello di certificazione linguistica	30	20			1

BASE

451

Inglese Tecnico	50	Saper comprendere (ascoltare ed elaborare) testi orali su argomenti relativi ai prodotti e ai processi produttivi agroalimentari Saper comprendere (leggere ed elaborare) testi scritti su argomenti relativi ai prodotti e ai processi produttivi agroalimentari distinguendo le diverse fonti informative e disponendo di un proprio "vocabolario" personale ampio e articolato Interagire in conversazioni (orali) e comunicazioni (scritte) relative ad argomenti relativi ai prodotti e ai processi produttivi agroalimentari Saper esporre oralmente descrizioni e presentazioni su argomenti dell'agroalimentare, sviluppandone e supportandone i contenuti con approfondimenti Essere in grado di produrre testi scritti su argomenti del sistema agroalimentare, comparando e sintetizzando informazioni provenienti da fonti diverse. Conoscere il lessico specifico del business english relativo al Profilo professionale.	25	25			2
Informatica	25	Conoscere i concetti di software e hardware, le logiche che sovrintendono al funzionamento di un computer, alla gestione/organizzazione dei file e delle cartelle, all'installazione di driver e all'uso di utility di sistema Saper utilizzare la rete Internet per la ricerca e condivisione di informazioni e per un uso consapevole dei servizi online Saper impostare gli account per l'accesso ai servizi di comunicazione e modificarne le impostazioni per adattarli alle proprie esigenze Saper usare proattivamente i servizi di comunicazione, predisponendo filtri e impostazioni di sicurezza, per proteggere i dati personali e i dispositivi utilizzati Saper utilizzare correttamente programmi applicativi di elaborazione e trattamento testi Essere in grado di creare e gestire documenti, elaborare e formattare contenuti complessi, e conoscere ed applicare gli strumenti disponibili (riferimenti, gestione delle funzionalità collaborative, della stampa unione) Saper elaborare e saper revisionare documenti condivisi con altri utenti Saper progettare, creare e gestire cartelle di lavoro complesse, contenenti più fogli di lavoro, collegando tra loro i dati al loro interno, e facendo uso degli strumenti di formattazione disponibili. In presenza di dati complessi e articolati, saper valutare tutti i tipi di grafici e diagrammi disponibili, e generare quelli più adatti allo scopo, formattandoli adeguatamente Saper generare grafici e/o diagrammi personalizzati, salvare ed archiviare con precisione i documenti elaborati, variando le possibili destinazioni e le tipologie di file, a seconda delle necessità e/o delle circostanze Saper progettare e realizzare una presentazione ed i relativi contenuti in maniera efficace, sfruttando le funzionalità di editing a disposizione e che, se correttamente utilizzati, consentono di comunicare al meglio con i destinatari del documento. Saper, quindi, personalizzare i modelli esistenti e differenziare le diapositive, a seconda del messaggio da trasmettere, condividere e consegnare una presentazione di qualità professionale			25		1
Impresa 4.0	25	Conoscere le tecnologie digitali e le evoluzioni, introdotte dalla 4 ^a rivoluzione industriale del Piano Nazionale Industria 4.0. Le macrocategorie delle tecnologie abilitanti (Robot Collaborativi, Manifattura additiva, Realtà Aumentata, Simulazione, Integrazioni digitali, Industrial Internet, Cloud, Cybersecurity, Big Data- Analytics). Conoscere le tecnologie innovative utilizzate nel sistema agroalimentare e scoprire con casi studio alcune applicazioni utilizzate nelle imprese agrifood (Droni, Sensori Prossimi e Remoti, Sistemi di Supporto alle Decisioni, Blockchain, Rateo variabile, Realtà Aumentata e Virtuale, etc) Acquisire dimestichezza con i sistemi informativi di connessione ed interpretazione dei dati individuandone le potenzialità professionali per l'agrifood. Conoscere ed applicare le metodologie innovative di approccio all'innovazione (Design Thinking, Lean Thinking, etc).	15	10			1
Sostenibilità	25	Conoscere i principi dello sviluppo economico Conoscere le dinamiche della crescita sociale Conoscere i principi della salvaguardia dell'ambiente Conoscere e saper proporre il bilancio di sostenibilità Saper coadiuvare l'applicazione del GRI (Global Reporting Initiative) Standard e il Report Integrato	15	10			1
Sicurezza alimentare	25	Conoscere la normativa di base comunitaria, nazionale e locale per garantire la sicurezza fitopatologica e alimentare Saper individuare nei processi produttivi i punti critici di autocontrollo igienico sanitari (HACCP) Conoscere gli obblighi e le responsabilità del Personale Alimentarista come previsto dalla Legge Reg. Puglia 22/07 Saper operare nei luoghi di somministrazione degli alimenti secondo le procedure di prevenzione dei rischi igienico sanitari Saper impiegare le etichette come strumento di garanzia della sicurezza alimentare Conoscere gli obblighi di informazione per la tutela dei consumatori (additivi, allergeni) Conoscere degli obblighi di legge in materia di tracciabilità	15	10			1
Sicurezza sui Luoghi di Lavoro per Lavoratori	16	Formazione Generale: Conoscere i concetti generali in tema di prevenzione e sicurezza sul lavoro con riferimento alla lettera a) comma 1, art. 37 del D. Lgs 81/08 Contenuti: Concetti di rischio, danno, prevenzione, protezione, organizzazione della prevenzione aziendale, diritti, doveri e sanzioni per i vari soggetti aziendali, organi di vigilanza, controllo e assistenza Formazione Specifica: Conoscere i rischi riferiti alle mansioni, caratteristici del settore o comparto di appartenenza dell'azienda con riferimento alla lettera b) del comma 3, all'art. 37 del D.Lgs. 81/08 Contenuti: Rischi infortuni, meccanici generali, videoterminali, Gestione emergenze, Procedure organizzative per il primo soccorso, Procedure esodo e incendi, Rischio chimico, Ambienti di lavoro, nebbie, oli, fumi, vapori, polveri, Movimentazione manuale carichi, movimentazione merci (apparecchi di sollevamento, mezzi di trasporto), Microclima e Illuminazione, Rischio Elettrico, Incidenti e infortuni, Etichettatura, rischi da esplosione, stress lavoro-correlato, segnaletica, Macchine, Attrezzature, Cadute dall'alto, Rischi biologici, fisici, cancerogeni, D.P.I., organizzazione del lavoro, Radiazioni, Rumore e Vibrazioni	11	5			1
Certificazioni di Qualità	25	Conoscere la normativa di base nazionale e comunitaria delle certificazioni di qualità Conoscere la normativa di tutela con particolare riferimento alle DOP, IGP, STG Conoscere le peculiarità dei prodotti regionali a denominazione di origine Saper riconoscere le caratteristiche di un disciplinare di produzione di un prodotto a D.O. e disciplinare di produzione biologica Conoscere le principali certificazioni di prodotto di interesse per i prodotti agroalimentari regionali Saper valutare il beneficio/interesse dell'imprenditore/consumatore per una certificazione Saper individuare certificazioni emergenti di interesse per i consumatori	10	15			1
Organizzazione e Funzionamento delle Filiere Agroalimentari	25	Conoscere il sistema agro-alimentare o Agribusiness, i settori o comparti produttivi, le filiere, i distretti territoriali Conoscere le caratteristiche strutturali ed evoluzione dell'agricoltura, dell'industria alimentare, della distribuzione alimentare italiana Saper individuare l'organizzazione di una filiera del sistema agroalimentare regionale, nazionale e internazionale, individuandone l'organizzazione logistica e delle informazioni Saper riconoscere le forme giuridiche delle imprese e le principali caratteristiche Acquisire le conoscenze riguardanti la struttura, l'organizzazione ed il rapporto tra le imprese del sistema agroalimentare Conoscere le forme di integrazione e cooperazione di una filiera (orizzontali, verticali e circolari) Saper individuare le forme di integrazione contestualizzandole nelle principali filiere dell'agroalimentare	15	10			1

Le filiere dei prodotti Viti-vinicoli	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere vitivinicole internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le cultivar locali, areali di produzione e sistemi di allevamento viticoli presenti nel territorio regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi di vinificazione delle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni enologiche del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti viti-vinicoli, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p>	10	10			1
Le filiere dei prodotti Olivicoli-oleari	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere olivicole-olearie internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le cultivar locali, areali di produzione e sistemi di allevamento olivicoli presenti nel territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi elaiotecnici delle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni olearie del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti olivicoli-oleari, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p>	10	10			1
Le filiere dei prodotti cerealicoli e delle leguminose da granella	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere cerealicole internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le cultivar, areali di produzione e sistemi di coltivazione dei prodotti cerealicoli presenti nel territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione della pasta e dei prodotti da forno delle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di pasta e prodotti da forno del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti cerealicoli, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p> <p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere delle leguminose da granella internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le cultivar, areali di produzione e sistemi di coltivazione delle leguminose da granella presenti nel territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione dei prodotti derivati dalle leguminose da granella delle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni dei derivati delle leguminose da granella del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti delle leguminose da granella, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p>	10	10			1
Le filiere dei prodotti caseari	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere casearie internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le razze, areali di allevamento e sistemi zootecnici per la produzione di latte e derivati presenti nel territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione di latte e derivati presenti nelle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni dei prodotti caseari del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti caseari, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p>	10	10			1
Le filiere dei prodotti frutticoli	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere frutticole internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Conoscere gli areali di produzione, le cultivar, le tecniche colturali, i sistemi di allevamento per la produzione di frutticoli presenti nel territorio nazionale e regionale.</p> <p>Conoscere i processi produttivi ecosostenibili.</p> <p>Conoscere le figure che entrano nel processo produttivo regionale.</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione di frutticoli e derivati presenti nelle produzioni regionali</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti frutticoli, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale.</p>	10	10			1
Le filiere dei prodotti orticoli	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere orticole internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le cultivar, areali di produzioni e sistemi di allevamento per la produzione di orticoli presenti nel territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione di orticoli e derivati presenti nelle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di orticoli e derivati del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti orticoli, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p>	10	10			1
Le filiere dei prodotti carnei	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere zootecniche da carne internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le specie/razze, areali produzione e sistemi di allevamento per la produzione di carne e derivati del territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi zootecnici per l'allevamento e trasformazione dei prodotti carnei presenti nelle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di carne e derivati del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti carnei, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p>	10	10			1
Le filiere dei prodotti ittici	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere ittiche internazionali, nazionali e del territorio;</p> <p>Conoscere le caratteristiche della gestione ecosostenibile della filiera, secondo i principi dell'economia circolare e valorizzazione dei sottoprodotti</p> <p>Saper individuare le specie, areali produzione e sistemi di allevamento e di pesca del territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per l'allevamento e la pesca presenti nelle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni ittiche e derivati del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti ittici, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p>	10	10			1
Visite didattiche	25	visita di aziende leader nelle filiere agroalimentari			25		1
Gestione economica	25	<p>Conoscere gli aspetti connessi alla misurazione e controllo dei fenomeni aziendali, ai bilanci interni ed esterni, ai metodi di determinazione quantitativa per le decisioni strategiche e operative, al controllo di gestione</p> <p>Conoscenze di base nel campo delle economie aziendali e della ragioneria generale ed applicata</p> <p>Conoscenze in ambito contabile-amministrativo. Conoscenze nel campo delle strategie e politiche aziendali. Obiettivi e budget</p> <p>Conoscenza degli strumenti e metodologie di determinazione dei costi</p> <p>Conoscenza dei sistemi e strumenti di programmazione aziendale e di controllo di gestione</p> <p>Conoscenza del funzionamento e del significato dei documenti di bilancio</p> <p>Saper trattare i dati per favorire i diversi processi decisionali</p> <p>Saper analizzare ed elaborare strategie aziendali</p> <p>Saper utilizzare gli strumenti di analisi dei costi per le decisioni aziendali di lungo e breve periodo</p> <p>Saper utilizzare e interpretare gli schemi di bilancio</p>	10	15			1
Principi di marketing	25	<p>Comprendere il concetto di marketing e di orientamento al mercato di un'impresa</p> <p>Saper condurre l'analisi della domanda qualitativa e quantitativa, studiando il comportamento d'acquisto del consumatore e la segmentazione del target</p> <p>Saper condurre l'analisi dell'offerta, individuando le caratteristiche dei competitors, il loro posizionamento. Saper sviluppare l'analisi SWOT</p> <p>Conoscere e saper implementare gli strumenti del marketing mix tradizionale e delle aziende di servizio</p> <p>Comprendere il processo di pianificazione strategica e saper sviluppare un piano di marketing</p> <p>Saper distinguere il diverso ruolo dei livelli strategico ed operativo del marketing</p>	15	10			1

TECNICO PROFESSIONALE -
MARKETING

270

Marketing Mix	25	<p>Comprendere la composizione delle strategie di marketing mix, anche di un'azienda di servizi Conoscere la composizione delle variabili nella determinazione del prezzo Conoscere e saper applicare strategie di pricing Saper formulare la determinazione del prezzo di un prodotto Saper evidenziare il valore aggiunto e le analisi di mark-up Conoscere i fondamentali del trade marketing, ed in particolare degli strumenti del merchandising Conoscere le peculiarità della rete distributiva italiana, le specificità dei canali distributivi, in particolar modo della GDO e dell'HORECA Saper organizzare e gestire i punti vendita: dalle singole business unit al "sistema distributivo" Conoscere i principi fondamentali della comunicazione visiva nel merchandising marketing e del Visual merchandising Saper applicare i principi del neuromarketing nella gestione del sistema espositivo all'interno di punti vendita e show-room per la realizzazione di prodotti di video marketing Conoscere i principali strumenti di comunicazione tradizionale e non convenzionale (anche attraverso le tecnologie della realtà aumentata) Conoscere come elaborare e sviluppare un piano di comunicazione adeguato a ciascuna esigenza Saper padroneggiare strumenti e tematiche per il raggiungimento dell'obiettivo finale secondo i tempi ed il budget prefissati, evidenziando la redemption degli strumenti utilizzati</p>	10	15			1
Food & Wine Marketing esperienziale	25	<p>Conoscere la classificazione dei principali prodotti tipici e tradizionali nazionali Conoscere la classificazione dei prodotti tipici e tradizionali regionali ed i relativi elenchi Conoscere il marketing dei prodotti enogastronomici e strategie commerciali Conoscere le tendenze del Food Marketing - Persone, cibo ed esperienze Healthy food marketing: fenomeno del cibo sano e del green marketing Food Experience e social food - Street food Saper analizzare le tendenze del consumatore moderno: sostenibilità, salute, sport Comprendere le possibilità di marketing relazionale, esperienziale ed emozionale Saper trasmettere esperienzialità e sensorialità applicate al cibo Saper sviluppare una proposta di marketing esperienziale per la valorizzazione del patrimonio enogastronomico, che coinvolga i 5 sensi</p>	10	15			1
Storytelling	20	<p>Conoscere come elaborare e sviluppare un piano di comunicazione attraverso la tecnica dello storytelling, adeguandolo a strategie obiettivi di comunicazione dell'impresa Saper padroneggiare le principali tecniche di storytelling per il raggiungimento dell'obiettivo finale del piano di comunicazione aziendale secondo tempi e budget prefissati, evidenziando la redemption degli strumenti utilizzati Saper modulare il linguaggio/messaggio dello storytelling in ragione dei vari target, al fine di renderlo comprensibile ed accessibile a ciascun pubblico di riferimento, sia esso generalista (cittadini, consumatori, turisti), sia esso speciale (buyer, tour operator, istituzioni, imprenditori) Saper realizzare attività di storytelling e specifiche campagne di comunicazione di prodotto attraverso l'uso delle storie legate al prodotto, ai protagonisti dell'azienda, alla storia dell'azienda, alle caratteristiche tecniche produttive da essa impiegate.</p>	10	10			1
Giornalismo enogastronomico	20	<p>Conoscere le principali tecniche di content strategy per la valorizzazione dei brand dei prodotti enogastronomici; Conoscere le principali testate di settore enogastronomico italiane ed estere Saper realizzare contenuti giornalistici da veicolare attraverso i media tradizionali, ma anche attraverso i new media in grado di promuovere l'azienda e i suoi prodotti Saper utilizzare le principali piattaforme di CMS (content management system come wordpress o joomla) per la pubblicazione di articoli giornalistici enogastronomici Saper applicare il content web come strumento di approccio di marketing; Saper applicare il content quale presupposto per l'IN-Bound e OUT-Bound marketing; Saper scrivere un articolo giornalistico seguendo le tecniche del giornalismo di settore;</p>	10	10			1
E-commerce	20	<p>Conoscere gli strumenti e le dinamiche del mercato del commercio elettronico Conoscere come ottimizzare il marketing e la comunicazione aziendale attraverso l'utilizzo efficace delle piattaforme e-commerce, delle altre diverse applicazioni della realtà aumentata e delle altre applicazioni del web 2.0 Conoscere come potenziare il rapporto con clienti, fornitori e partner attraverso le nuove applicazioni di internet Saper progettare, pianificare e monitorare attività di marketing online e strategie per le piattaforme e-commerce Saper utilizzare nuovi strumenti di sostegno alla vendita e alla customer satisfaction nel settore agroalimentare (ecommerce) Saper gestire piattaforme e-commerce Saper elaborare il web writing e lo story telling audiovisivo, nell'ambito dell'e-commerce</p>	10	10			1
Social media e comunicazione di marketing	20	<p>Conoscere gli strumenti e le dinamiche del mercato dei social media Conoscere come ottimizzare il marketing e la comunicazione aziendale attraverso l'utilizzo efficace dei social network, delle altre diverse applicazioni della realtà aumentata e delle altre applicazioni del web 2.0 Conoscere come potenziare il rapporto con clienti, fornitori e partner attraverso le nuove applicazioni di internet Saper progettare, pianificare e monitorare attività di marketing online e strategie social Saper utilizzare nuovi strumenti di sostegno alla vendita e alla customer satisfaction nel settore agroalimentare (social media) Saper elaborare il web writing e lo story telling audiovisivo, nell'ambito dei social media Saper creare una campagna social efficace</p>	10	10			1
Organizzazione di eventi	20	<p>Saper individuare e pianificare la tipologia di evento più rispondente alle esigenze del committente Saper organizzare un evento con l'ausilio di competenze specialistiche proprie e/o esterne Saper progettare operativamente un evento elaborando il messaggio dell'evento, definendo data, location, segreteria operativa, scaletta delle attività e aspetti logistici della manifestazione Saper raccogliere ed elaborare i risultati dell'evento in termini di efficacia del messaggio, numeri e raggiungimento di un target coerente con gli obiettivi prefissati Saper sviluppare il piano di marketing strategico dell'evento, partendo dall'analisi degli stakeholder dell'evento, e programmando il piano partendo dagli obiettivi, dalla definizione del target, passando per la progettazione delle azioni e successiva misurazione dei risultati Saper utilizzare tecniche di fundraising</p>	10	10			1
Organizzazione di fiere/sagre	20	<p>Conoscere i principali eventi fieristici nazionali ed internazionali del settore agroalimentare Apprendere come impiegare linguaggi visivi innovativi, sistemi cromatici, tecniche della rappresentazione visiva digitale, tradizionale, grafica, tipografica, fotografica, cinematografica, multimediale, on-line e off-line per la presentazione di prodotti agroalimentari del territorio Saper progettare e realizzare allestimenti, con particolare attenzione al controllo dei fattori strutturali e microambientali e alla scelta dei materiali e delle tecniche esecutive appropriate Saper pianificare la partecipazione fieristica di un'impresa agroalimentare gestendo tutte le fasi pre-fieristiche in maniera efficace ed efficiente Saper gestire tutte le attività connesse alla partecipazione fieristica e previste durante la manifestazione Saper gestire in maniera efficace tutte le attività post fieristiche Saper utilizzare tecniche di fundraising</p>	10	10			1

		Laboratorio: Piano di Marketing	25	<p>Conoscere gli strumenti tradizionali ed innovativi delle indagini di mercato ed i principali Istituti di ricerca</p> <p>Saper effettuare un'analisi degli scenari di marketing interno ed esterno dell'azienda</p> <p>Saper individuare in un segmento di mercato in relazione dell'impresa</p> <p>Saper realizzare un'analisi SWOT</p> <p>Saper effettuare ricerche quantitative e qualitative più opportune al raggiungimento degli obiettivi di marketing dell'impresa</p> <p>Saper condurre in autonomia una ricerca sul campo una ricerca di prodotto tra i competitor che rappresenti efficacemente i risultati ottenuti, e dei quali si sia in grado di correlare eventuali strategie</p> <p>Saper redigere un piano di marketing</p> <p>Saper sviluppare una previsione delle vendite sul mercato</p>	5		20		1	
		Marketing territoriale	25	<p>Conoscere la definizione del marketing territoriale, gli strumenti del marketing mix territoriale</p> <p>Conoscere i trend rilevanti nella domanda e nell'offerta e le tecniche di branding legate al territorio anche con l'utilizzo di web 2.0</p> <p>Saper innescare micro progetti per la valorizzazione del territorio e dei beni enogastronomici, attraverso azioni strategiche mirate</p> <p>Saper sviluppare un piano di marketing territoriale</p>	15	10			1	
TECNICO PROFESSIONALE - VALORIZZAZIONE PATRIMONIO ENOGASTRONOMICO	90	Geostoria enogastronomica e antropologia agroalimentare	25	<p>Comprendere come la motivazione sociale, collettiva e geografica incide sulle scelte alimentari (preparazioni e stili di consumo) delle popolazioni in base ai loro insediamenti e ad alle loro attività</p> <p>Comprendere come ha inciso la storia degli insediamenti e delle attività pugliesi sulla creazione di alcune preparazioni tipiche (es il pancotto garganico, l'uso dei legumi al posto della carne, etc)</p> <p>Conoscere il percorso evolutivo dell'interazione tra uomo e cibo nei diversi territori pugliesi a seconda dell'organizzazione e della gestione familiare del cibo</p> <p>Acquisire conoscenze sugli aspetti geografici e storici della produzione, dei processi e dei consumi alimentari</p> <p>Conoscere le fonti storiche fondamentali per la gastronomia, quali i libri di ricette di diverse epoche ma anche i menu, i trattati, gli inventari di prodotti inquadrando in modo corretto</p> <p>Acquisire conoscenze di geografia delle produzioni locali con particolare riferimento al contesto di un'area al fine di acquisire i contenuti per una narrazione della gastronomia, del sistema agroalimentare e ampliare il bagaglio culturale di quel territorio</p> <p>Saper ricostruire il percorso delle preparazioni tipiche, utilizzando diverse fonti (testimonianze orali, libri storici, osservazione empirica)</p> <p>Saper utilizzare gli strumenti culturali di antropologia alimentare per costruire la narrazione del prodotto e della preparazione</p>	15	10			1	
		Patrimonio dei beni enogastronomici mondiali/nazionali e regionali	25	<p>Conoscere la definizione di "bene enogastronomico" (materiale ed immateriale)</p> <p>Conoscere i principali prodotti tipici e tradizionali inseriti nei rispettivi elenchi regionali</p> <p>Conoscere il Registro Nazionale dei Paesaggi Rurali Storici del MIPAAF e i Paesaggi Rurali Patrimoni Unesco e relative produzioni agricole a valenza nazionale e internazionale</p> <p>Conoscere il valore economico dei prodotti tipici e tradizionali del territorio pugliese</p> <p>Saper valorizzare il prodotto e il contesto (paesaggio, contenuti storici, demo etnoantropologici, ecc.)</p> <p>Essere in grado di riconoscerli unitamente al territorio in un'ottica di Food identity, attraverso il legame tra paesaggio rurali di pregio e beni enogastronomici dei eccellenza</p>	15	10			1	
		Incoming turistico enogastronomico - Organizzazione e conduzione visita didattica in azienda	20	<p>Saper organizzare e condurre una Visita didattica in azienda in lingua italiana e inglese</p> <p>Saper organizzare e condurre degustazioni in lingua inglese</p>	5		15			1
		Incoming turistico enogastronomico - Organizzazione e gestione tour enogastronomico	20	<p>Conoscere il rapporto tra prodotto e territorio, attraverso strade tematiche (strade del vino, dell'olio, formaggi, ecc...), itinerari di agricoltura sostenibile (bioitinerari, biodistretti) e forme di mobilità lenta (cammini, ciclovie)</p> <p>Saper organizzare e gestire un tour enogastronomico, in funzione delle diversità culturali della clientela di riferimento</p>	5		15			2
		Alimentazione e salute	20	<p>Principi nutritivi, alimenti e fabbisogno nutrizionale; contaminazioni fisiche, chimiche e biologiche; filiera corta e sostenibilità ambientale; le etichette alimentari; dieta mediterranea e corretta alimentazione; cenni di nutraceutica e nutrigenomica</p>	10	10				2
TECNICO PROFESSIONALE - ANALISI SENSORIALE/VALUTAZIONI DI QUALITA'	201	Principi di Analisi Sensoriale	20	<p>Conoscere la fisiologia dei sensi, delle scale di misurazione, dei test discriminanti e descrittivi e dei profili sensoriali degli alimenti</p>	10		10		2	
		Laboratorio di assaggio sensoriale dei prodotti agroalimentari	20	<p>Saper comunicare l'importanza della qualità degli alimenti dal punto di vista sensoriale</p> <p>Saper organizzare una degustazione con uno o più prodotti tipici</p> <p>Saper coinvolgere con un linguaggio seduttivo, tecnico ed evocativo</p> <p>Saper valorizzare il prodotto e il contesto (paesaggio, contenuti storici, demoetnoantropologici)</p> <p>Saper individuare luoghi e contesti aziendali a cui proporre questo tipo di attività</p> <p>Saper condurre assaggi sensoriali soprattutto sui prodotti tipici del territorio (mandorla, pasta, prodotti da forno)</p>	5		15		2	
		Laboratorio sulla Biodiversità	25	<p>Conoscere i principi della biodiversità</p> <p>Conoscere il repertorio regionale delle risorse genetiche a rischio di estinzione (RG)</p> <p>Conoscere le banche regionali del germoplasma delle RGV</p> <p>Conoscere Elenco dei i Coltivatori custodi delle RG</p> <p>Conoscere le misure atte alla protezione delle diversità biologiche (non solo biodiversità animale, ma anche degli ecosistemi)</p> <p>Conoscere i tratti fenotipici dei prodotti agroalimentari del territorio murgiano</p> <p>Sperimentare esperienze sul territorio per apprendere la biodiversità</p> <p>Saper individuare una Risorsa Genetica Vegetale/Animale attraverso laboratori</p>	5		20		2	
		Laboratorio di valutazione sensoriale degli oli vergini di oliva	36	<p>Saper riconoscere pregi e difetti degli olii vergini di oliva mediante analisi sensoriale ai sensi del Decreto Mi.P.A.A.F. 8 ottobre 2021</p>			36		2	
		Laboratorio di valutazione sensoriale di degustazione dei vini	30	<p>Saper riconoscere pregi e difetti dei vini mediante analisi sensoriale</p>			30		2	
		Laboratorio salumi	25	<p>Conoscere le tecniche di degustazione e saper riconoscere pregi e difetti sensoriali riscontrabili nei prodotti carni trasformati</p> <p>Saper conoscere e individuare i differenti prodotti carni trasformati della Puglia</p> <p>Saper riconoscere le peculiarità dei processi di produzione presenti nel territorio</p>			25		2	
		Laboratorio formaggi	25	<p>Conoscere le tecniche di degustazione e saper riconoscere pregi e difetti sensoriali riscontrabili nei diversi prodotti lattiero-caseari</p> <p>Saper conoscere e individuare i differenti prodotti tipici caseari della Puglia</p> <p>Saper riconoscere le peculiarità dei processi di produzione lattiero caseari presenti nel territorio</p> <p>Saper individuare gli aspetti nutrizionali e salutistici delle produzioni lattiero casearie territoriali</p>			25		2	

APPROFONDIMENTI	13	Study Visit	13	Visita guidata presso aziende del territorio nazionale, che rappresentano realtà di successo nella gestione aziendale e nella cooperazione con altre aziende, per il raggiungimento dello scopo di crescita comune o presso fiere nazionali di settore e workshop Saper individuare esperienze concrete di successo di imprenditori agricoli nazionali Sapere cogliere quali sono le attitudini positive che possono portare ad agevolare il successo di un'impresa agricola			13		2
PROJECT WORK	50	Metodologie per la predisposizione del Project Work	10	Saper progettare un project work finale individuale definito in collaborazione con l'azienda sede di stage (al termine del pre-stage)		10			2
		Sviluppo del Project Work Finale	40	Saper realizzare un project work finale individuale definito in collaborazione con l'azienda sede di stage da presentare all'esame finale			40		2
STAGE (40%)	800	Pre Stage	200	Conoscere una realtà operativa Saper individuare una tematica per poter sviluppare un project work in collaborazione con l'azienda sede di stage				200	1
		Stage	600	Saper applicare le conoscenze e competenze acquisite in una realtà operativa Saper implementare nell'azienda di stage ospitante il proprio project work individuale				600	2
TOTALE ORE			2000			466	420	314	800